

## **Meet Travel Media, il Friuli Venezia Giulia si presenta ai giornalisti di tutta Europa**

**Nell'evento media oltre 40 giornalisti internazionali hanno richiesto informazioni sulla destinazione dimostrando il desiderio di visitare presto la regione, anche grazie alla "Yummy European box" inviata ai 160 partecipanti per offrire un assaggio delle tipicità del territorio**

Trieste, 22 aprile 2021 – Dal mare, con una costa di 130 chilometri che regala spiagge sabbiose e baie incastonate, alle attività outdoor su tutto il territorio, dal trekking al cicloturismo, passando per le opportunità per raggiungere la regione nella cosiddetta "bubble", la bolla per viaggiare in sicurezza, fino ai siti Unesco e all'enogastronomia, con un aggiornamento sulle modalità di accoglienza nelle strutture ricettive.

Sono queste le principali richieste di informazione da parte dei 160 giornalisti stranieri che martedì 20 aprile hanno partecipato, dalle 8 alle 18, al **Meet Travel Media, primo workshop completamente virtuale rivolto a rappresentanti dei media europei e stakeholder del turismo** di tutto il mondo come destinazioni, enti del turismo, attrazioni e strutture ricettive, al quale ha preso parte anche PromoTurismoFVG, con due agende per un totale di 40 meeting di giornalisti da Regno Unito, Germania, Irlanda, Svizzera, Austria, Francia, Usa e Paesi Bassi e Scandinavia. Giornalisti di viaggio da tutta Europa hanno incontrato gli esperti del turismo internazionale in **meeting one-to-one e hanno dimostrato la volontà di venire a visitare il Friuli Venezia Giulia** non appena possibile, confidando nella campagna vaccinale e ipotizzando di muoversi dal Regno Unito il prima possibile.

"The Sun", The Independent", "The Telegraph", "Vogue" e testate europee come FietsActief (ciclismo), Trouw, Bergsteiger (Outdoor-Magazine) sono alcuni dei nomi dei media stranieri che hanno seguito gli incontri, in cui è stata **presentata l'offerta turistica della regione con un focus sull'enogastronomia** e il Friuli Venezia Giulia è stato apprezzato come destinazione fuori dal turismo di massa, capace di riservare itinerari non conosciuti, adatto alle famiglie e sostenibile, visitabile con mezzi di trasporto come la bici e con una tradizione enogastronomica caratterizzata da filiere controllate.

Molto gradita la **"Yummy European Box"** inviata a tutti i 160 partecipanti all'evento media con prodotti del territorio: negli scorsi giorni i giornalisti hanno ricevuto la gift box enogastronomica che ogni anno promuove l'agroalimentare di un Paese europeo diverso e che quest'anno aveva il sapore del Friuli Venezia Giulia. La regione è stata scelta, infatti, come fornitore per i prodotti contenuti nelle "scatole golose", con all'interno una bottiglia di Ribolla Gialla spumantizzata e una di Refosco dal Peduncolo Rosso, un salame tipico, le tagliatelle al farro di un'azienda locale, il latteria Ovaro mezzano, il miele di apicoltura (tutti a marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia") e altro materiale informativo.

L'evento internazionale è iniziato con l'intervento, in un contributo video, del capo della divisione ricerca e sviluppo **all'European Travel Commission di Bruxelles, Jennifer Iduh**, in cui ha sottolineato **l'importanza della sostenibilità** suggerendo alcune strategie di recovery per le organizzazioni turistiche e altri input utili per lo sviluppo del turismo sostenibile.

La presentazione della regione si è concentrata sugli **aspetti vincenti del Friuli Venezia Giulia**, come destinazione sicura, di turismo sostenibile, in grado di offrire esperienze originali e sono state illustrate le più recenti novità, come le nomine di Gorizia/Nova Gorizia a Capitale Europea della Cultura 2025 e del Friuli Venezia Giulia miglior destinazione creativa d'Italia.